



Esconda que es catalán

Ha ocurrido en la España de hoy. Una entidad catalana de reconocido prestigio dedicada desde hace décadas a varias actividades de lo que se conoce como economía social o tercer sector estaba negociando acuerdos con el Ayuntamiento de Madrid, especialmente con la concejalía de Ana Botella, responsable de Asuntos Sociales. Las conversaciones iban bien y parecía que podían llevarse a cabo algunos proyectos de interés para los ciudadanos de la capital de España. Pero, cuando las cosas estaban a punto de caramelo, estalló la polémica del nuevo Estatut. La cordialidad se transformó en silencios al otro lado del teléfono y las iniciativas se abortaron de forma abrupta. ¿Motivo de este giro radical en la actitud de la administración municipal madrileña? La entidad catalana aparecía en la lista de apoyos de la sociedad civil a la reforma estatutaria. Ese fue el gran pecado. Que tuvo sus consecuencias en la cuenta de resultados de una empresa que aspiraba a llevar su experiencia más allá del Ebro.

Julià Guillamon repasaba ayer, en

El secular pragmatismo catalán ha actuado como sordina y acicate de esta intolerancia

su columna en las páginas de Cultura, cómo las palabras Catalunya, catalán y catalana han ido desapareciendo de las marcas de varias empresas e instituciones que operan en toda España. En el fondo de este fenómeno se aloja algo altamente preocupante: la estigmatización consciente y constante de una identidad. Lo he escrito ya y lo vuelvo a repetir: lo mismo aplicado a cualquier otro grupo sería motivo de escándalo en cualquier país civilizado. Y motivo de la acción correctiva de los poderes públicos. Con razón, son varias las voces que denuncian cómo, muchas veces, se discrimina todo lo que lleva la etiqueta de judío, árabe, gitano, latinoamericano, rumano... Una sociedad abierta y auténticamente democrática no puede permitir este tipo de actitudes sin que el peso de la ley caiga sobre todos aquellos que las promueven de una forma u otra.

Pero España es diferente, como rezaba un eslogan de otros tiempos. El secular pragmatismo catalán –hay que vender a toda costa lo cual implica soportar muchas cosas– ha actuado como acicate y sordina de esta intolerancia. Y algunos piensan llevarlo hasta sus últimas consecuencias, escondiendo el origen de sus negocios y proyectos, un proceder que recuerda un poco al de esos mulatos estadounidenses de antaño que, si el color de su piel y los rasgos de su rostro se lo permitían, trataban de pasar por blancos.

Que todo esto siga ocurriendo en los tiempos de la más plena y total globalización económica y mediática, cuando lo multicultural y lo exótico forman parte del gran consumo, cuando la curiosidad por lo diferente cotiza al alza, resulta todavía mucho más incomprensible. Ya sabe: sobre todo, esconda usted que es catalán o lo pagará caro. O piense en grande y vaya a vender a Londres, Berlín, Río de Janeiro, Pekín o Nueva York.●